



北京市旅游局调研报告汇编

(2003 年度)

北京市旅游局

2004.3

北京市旅游局调研报告汇编

(2003 年度)

北京市旅游局

2004. 3

前 言

2003年，是我局调研工作继续向前的一年。全局各单位克服“非典”造成的影响，领导带头，从上到下，积极地开展了调研工作，取得了比较丰硕的调研成果。从已经开展的三十多项调研来说，涉及到了旅游业的许多焦点、疑点和难点问题，得到了评委的较高评价。由局外的各位领导和专家组成的评委会认为，今年调研报告的水平普遍高于去年，它们必将进一步推动北京旅游业向更高更强迈进。

开展调研工作，将进一步推动旅游行政管理工作更加科学、全面、深入。这几年的实践已经证明，对旅游业重大问题的调研，加深了我们对旅游业未知世界的了解，明确了今后的努力方向，加大了我们对于旅游业采取应有措施的决心，许多调研成果已经转化成为实际的成果，产生了积极的社会效益、环境效益和经济效益，转化成了新的生产力。只要我们沿着遇事先调研、再决策的路子走下去，北京旅游业必定能迈上新台阶，走在全国旅游业的最前列。

与去年的选编不同的是，本调研报告汇编不但汇集了今年我局全部的调研报告，而且对我局同志2003年以来在市级以上报刊发表的文章进行了选登，这些文章与调研报告一样，体现了对旅游业相关问题的关心和思考，是他们心血的体现。

编 者

2004年3月

目 录

关于优化北京旅游环境的调研报告	张 茅 (1)
落差 差异 差距	于长江 (15)
旅游业迅速发展的根本动力	于长江 (20)
整合资源 打造精品 努力实现北京入境 旅游的全面恢复与发展	熊玉梅 (23)
旅游景区(点)旅游接待容量研究	温子吉 (33)
关于全市旅游区(点)安全管理基本情况的调研	顾晓园 (58)
资产重组——北京酒店业第三次浪潮	于德斌、李 志 (70)
浅析北京出境游市场现状	于德斌、林 亮 (102)
对澳、新旅游立法及旅游管理情况的调查与思考	政策法规处 (117)
北京旅游环境评价体系研究	政策法规处 (128)
红火背后有隐忧——对什刹海酒吧一条街的调研	政策法规处 (138)
冬季旅游新时尚——对滑雪旅游的调研	政策法规处 (146)

旅游景点卫生的现状与对策	政策法规处 (151)
浅论旅游业抗风险机制的建议	规划统计处 (158)
北京市郊区休闲旅游业发展问题研究	规划统计处 (165)
加快旅游度假区的建设 完善北京旅游产品	规划统计处 (177)
优化北京旅游投资环境的思路	规划统计处 (189)
对北京旅游饭店经营状况的分析	规划统计处 (199)
北京市旅游增加值的测算和建立旅游卫星帐户初探	规划统计处 (253)
“纳什均衡”与整顿旅游市场	北京市旅游执法大队 (262)
北京“一日游”市场的现状与对策	北京市旅游执法大队 (269)
对北京旅行社经营代理现象的研究	北京市旅游执法大队 (289)
对北京“胡同游”现状及未来发展对策的调研	北京市旅游执法大队 (293)
略述民俗文化的旅游开发	国内市场处 (305)
旅游网站是旅游企业发展的引擎	国内市场处 (315)
北京国际奖励旅游市场探略	国内市场处 (327)
关于推行《北京市出境旅游合同》示范本的几点思考	综合管理处 (341)

北京旅游政务信息调研报告

..... 办公室 (349)

中美饭店市场和管理比较

..... 饭店餐饮管理处 (358)

北京地区星级饭店人力资源培训状况研究报告

..... 人事教育处 (368)

健康老龄化与老干部健康

..... 老干部处 (383)

建立北京旅游咨询服务信息平台的思考

..... 北京旅游咨询服务中心 (393)

对北京部分行业协会职能作用的调查及

对北京市旅游行业协会的启示

..... 北京市旅游行业协会 (408)

2003 年以来我局工作人员在市级以上报刊发表的文章选登

(以发表时间为序)

感受北京旅游新变化

..... 方泽华、鲍 红 (414)

解读北京旅游资源

..... 杨慧艳 (418)

我国(北京)会议旅游市场的发展

..... 李绘新 (422)

加强质监工作 认真做好投诉审理工作台

..... 王德富 (433)

网上旅游 风光无限

..... 王维佳 (437)

为了人民的重托	王忠民 (440)
危难之中见真情 关键时刻冲在前	张国胜 (453)
北京旅游业蓄势待发	张国胜 (462)
旅游业重整河山	廖 雁、张国胜 (465)
保护利用关键在“度”	魏晓霞、王维佳 (468)
奔向世界旅游强市	马树群、黄贵宝 (470)
旅游文化日益追求个性	王维佳、鲍 红 (481)
“十一”黄金周对北京十三陵特区旅游行风情况的调研报告	张国胜 (485)
感受日本对温泉的开发	王维佳 (488)
电气化 高速化 网络化的日本交通	王维佳 (491)
轰动欧洲的“北京之歌”	彭 程、王忠民 (495)
感受日本的公路交通及管理	王维佳 (501)
我们需要什么样的“形象大使”	王维佳 (505)

关于优化北京旅游环境的研究报告

北京市副市长 张 茅

大力发展旅游业，既是首都城市性质和功能的要求，也是建设国际化大都市的需要。北京在这方面具有得天独厚的优势，完全有条件把旅游业发展成为重要的支柱产业。为实现这一目标，优化旅游发展环境、提高旅游业整体水平至关重要。近年来，北京旅游业迅猛发展，旅游环境有了明显改善，但也存在一些急需解决的问题。如何加大工作力度，着力解决突出问题，不断优化旅游环境，是保持旅游业持续协调健康发展的关键。

一、旅游环境概述

旅游环境是发展环境在旅游业的集中体现，是发展环境的重要组成部分，旅游环境的优劣直接影响到北京的形象和全市发展环境的总体水平。长期以来，中外专家学者已经对旅游环境问题进行了大量研究，这些研究成果对于正确认识和改善北京旅游环境，建立完善的旅游环境评价体系具有重要的参考价值。

（一）旅游环境的含义

旅游环境是一个非常广泛的概念，一般是指在一定时间和空间领域内，对旅游者的旅游质量有直接影响的客观因素，它包括游览环境、生活环境、社会环境和生态环境四个部分。

1. 游览环境。游览环境是旅游环境的核心，对游客有着最直接的吸引力。它包括景观、旅游设施、交通等三个方面。景观主要是指自然景观、人文景观和人造景观等各种类型景观的多样性和丰富性，以及能否满足不同年龄、文化、收入的旅游者的游览需求。旅游设施主要指旅游景区内设施是否齐备、安全，指示标记是否规范、位置是否合理等等。交通是旅游过程中的重要环节，包括交通的便

利程度、交通秩序、从业人员的服务水平和态度。

2. 生活环境。主要是指为游客提供各项生活服务的方便程度，包括宿购餐娱、信息服务、卫生等三个方面。信息服务包括城市各媒体提供的旅游信息是否快捷、丰富实用。卫生方面除了必要的公共卫生设施，还包括城市提供医疗服务的便利程度和服务水平。

3. 社会环境。主要有政府服务、法制和人文环境等方面。政府服务、法制方面包括旅游手续的繁简程度、治安状况、投诉的渠道是否畅通、相关部门能否在较短时间内解决投诉并反馈给投诉者。人文环境则指当地的文化氛围、居民素质和友好程度等等。

4. 生态环境。主要指旅游业可持续发展的能力，包括林木、绿地面积能否使旅游者心情愉悦，空气和水资源的情况，以及噪音、光等污染的控制。

（二）国内外旅游环境评价指标与评价体系

旅游环境有影响因素的复杂性与评价的动态性等特征。随着旅游环境研究的逐步深入，国内外一些机构先后建立了多种评价指标与评价体系。

1. 英国美世公司评价体系。总部设在英国的威廉·M·美世人力资源咨询公司（又译默瑟公司，William M. Mercer）每年进行一次“城市生活质量调查”，以美国纽约为基数（100分），对世界的215个主要城市进行评估，评估内容包括10个方面，共39项指标。这10个方面是(1)政治和社会环境，包括政治稳定、犯罪率、法律执行等；(2)经济环境，包括货币兑换、银行服务等；(3)社会文化环境，包括审查制度、个人自由的限制等；(4)医疗卫生，包括医疗服务的提供、传染性疾病、污水、废物处理、空气污染等；(5)学校和教育，包括教育质量和普及程度等；(6)公共服务和运输，包括电力、水、公共运输、交通拥堵等；(7)娱乐设施，包括宾馆酒店、剧院、电影院、体育和休闲设施等；(8)消费购买便利程度，包括食品、日用消费品、汽车等；(9)居住条件，包括住房、家用设备、家具、维修服务等；(10)自然环境，包括气候、自然灾害记录等。该评价指标与评

价体系比较重视旅游城市的整体服务水平，综合性较强，得到了许多方面的认可和认同。在这个排名中，赫尔辛基、苏黎世、日内瓦、奥克兰、伯尔尼、哥本哈根、法兰克福、悉尼等欧洲和澳洲城市往往排名比较靠前。北京在 2001 年排名 140 位，2002 年排名在 159 位。

2. 美国《旅游与休闲》杂志评价指标与评价体系。《旅游与休闲》(Travel & Leisure) 杂志每年进行一次对全球具有影响力的大型城市“最受旅游者喜爱的城市”排名，评价方法是，读者根据自己的主观感受对各项指标进行打分，再由哈里斯互动调查公司进行相关的数据处理，做出评价。所选指标包括：(1)物价水平，(2)专为儿童设计的景点，(3)往返机场的方便程度，(4)公共交通的便捷程度，(5)当地居民对城市的熟悉程度，(6)当地居民的外表、友好程度、是否乐意为游客指路，(7)各项活动的方便及娱乐性（居住、购物、就餐、户外活动、拜访古迹、文化活动等），(8)安全性，(9)各种标记辨别的方便程度，(10)天气，(11)清洁程度等等。在《旅游与休闲》的排名中，2001 年和 2002 年北京在亚洲排名第 5（见表 1）。该评价体系特别注重旅游者的亲身体验，对旅游者选择旅游度假地有很强的指导作用。

3. 北京市旅游局根据北京旅游业发展和旅游环境建设的需要，委托专业调查公司，从 2001 年开始，连续三年进行了旅游环境评估，在北京旅游环境的总体评价（包括旅游环境评价、在京旅游最满意和最不满意的方面）、城市人文生态环境（包括城市人文环境、城市生态环境）、北京旅游服务环境（包括食——就餐服务、住——住宿服务、行——交通服务、游——旅游服务、娱——休闲娱乐服务、购——购物服务、旅游信息通讯服务）、北京旅游法制环境等 4 个方面选取了 46 项指标，让本地居民与外省、外国旅游者对北京旅游环境进行评估，初步形成了北京旅游环境指标体系和评价体系。

二、北京旅游环境存在的问题

北京历史悠久，旅游资源极其丰富，且体现了不同风貌，旅游景观有较丰富的多样性；教育发达，拥有数量众多的高校、科研机

构和艺术团体，市民整体素质较高，城市的文化氛围得到了很高的评价；多年来各级政府十分重视旅游工作，各相关部门及企业都致力于改善旅游环境，景区安全设施和宿、购、餐、娱的特色基本能使旅游者满意。以上方面带动了整个北京旅游环境水平的提高，充分体现出北京在旅游方面的独特优势。但是也存在一些突出的问题。

（一）旅游环境的总体评价处于中等水平，环境中的各要素发展很不均衡

2000年至2003年，北京市旅游局委托专业调查公司，连续三年从来京旅游的境外游客、外省游客和本市游客中抽取样本，对北京的人文生态环境、旅游服务环境和旅游法制环境等方面进行调查。评估分为三个等级，“优秀”包含“非常满意”和“比较满意”，分值为4分到5分；“中等”的含义是“一般”，分值为3分到3.9分；“较差”包含“感到不太满意”和“感到一点都不满意”，分值为1分到2.9分。调查结果显示，无论是哪一类型的游客，对北京旅游环境的整体感觉均在“满意度一般”和“比较满意”之间，总体评分为3.45分，处于中等水平。

为了对北京旅游环境作深入地研究，2003年，北京市旅游局又组织了数10名经验丰富的旅游管理者从游览环境、生活环境、社会环境和自然环境四个方面22个指标对北京旅游环境打分，10分为满分，设8分以上为优秀，6-7.9分为中等，6分以下为较差。列入优秀的有：游览环境中的景观多样性（8.7分）、旅游安全设施（8分），生活环境中的宿购餐娱特色（8.3分），社会环境中的社会治安状况（8.6分）和文化氛围（9.1分），自然环境中的绿化（8分）。列入中等的有：游览环境中的景观气氛（7.3分）、旅游指示标记（6.4分），生活环境中的公共卫生设施（6.3分）、整洁程度（6.3分）、医疗服务（6.2分），社会环境中的手续繁简程度（6.3分）、投诉及解决（7.1分）、政务法制服务水平（7.1）、居民素质（6.5分）、居民友好程度（7.4分）。列入较差的有：游览环境中的交通便利程度（5.9分）、交通秩序（4.5分）和交通服务水平（5.1分），生活环

境中的宿购餐娱服务水平（5.7 分）和旅游信息服务（5.1 分），自然环境中的环境污染（5.3 分）。经同样范围对以上 22 个方面的权重进行调查得出每项指标权重后计算，北京目前旅游环境的得分为 6.76 分，也处于中等水平。

（二）交通秩序、交通服务水平和交通便利程度等方面的问题较为突出

根据调查，在旅游环境的游览环境 7 个因素中，涉及交通的三个因素：交通便利程度、交通秩序和交通服务水平均在 6 分以下，处于较差的档次上，说明北京的旅游交通问题比较突出和严重。

目前北京已有多种旅游车和其他各种形式的交通运输工具，但离旅游者的要求还有较大差距。例如，北京的旅游公交线虽有近 20 条，但缺乏导游、介绍、餐饮等综合性服务，没有将市区大批著名景点串联起来的“专门旅游”线路，且各旅游公交车站在市内过于分散，令游客感到不够方便。

另外，游览环境中的旅游指示标记得分也不高（6.4 分），说明北京对城区和郊区的景点指示标记的规范化、明晰化和国际化还有待改进，标记位置不尽合理、外语指示标记不够普及。

（三）信息服务需要进一步加强

在生活环境的 6 个指标中，旅游信息服务所得分为最低（仅得 5.1 分），说明人们对旅游信息服务不满意。所谓旅游信息服务应包括城市各媒体提供的旅游信息是否快捷、丰富实用，旅游咨询服务系统是否发达、使用公用电话和英特网的方便程度；兑换、提取货币是否方便，使用信用卡及网上预定交易的方便程度。

在政府公益性旅游信息服务方面，已在 18 个区县和首都机场、北京站，建立了“北京旅游咨询服务中心”，为游客提供面对面的服务。北京市旅游局还建立了北京旅游信息网，不仅有中文版，而且开辟了日文、英文版，中文版日访问量 6.5 万，英文版 2.5 万，日文版 1.5 万。当然，相对旅游发达国家和国外旅游发达城市来说，北京的旅游信息公益服务水平仍然不高，还不能满足广大国内外游客的需求。

目前旅游信息工作中最大的问题是旅游电子商务不发达,许多旅游企业不重视发展电子商务,缺乏影响广泛、服务全面、内容详尽的北京旅游电子商务网站,网络信息服务总体水平不高。目前,介绍北京旅游相关情况的网站已有 700 余家,提供与北京相关的旅游旅行团、车票、机票、宾馆酒店预定等服务的网站网页超过万家。但北京旅游电子商务仍处于初级阶段,网站之间内容重复性较大,业务往往只限制在酒店预定等很窄的范围,网上交易能力较差,不能满足广大旅游者的需求。

报刊、电台等传统媒体,缺乏对北京旅游资源的系统介绍,旅游宣传品制作比较混乱,质量良莠不齐。

另外,生活环境中宿、购、餐、娱的服务水平没有达到中等水平,仅为 5.7 分,说明这四个行业的服务水平和服务质量以及旅游商品的品种和质量还存在着相当大的差距。

(四) 环境污染问题仍然是影响旅游环境改善的重要因素

所谓污染,在这里主要是指水、空气质量和噪音、光线污染的程度。近些年来,北京市下了很大力量治理污染,也取得了明显成效。但总体来看,环境污染问题仍不容乐观。在抽样调查中发现,外省游客对生态环境评分最低,本市游客和境外游客的评分均居于倒数第二位。在北京市旅游局对业内管理人员的调查中,自然环境中的污染问题得分很低,仅为 5.3 分,属于较差程度。生态环境尤其是空气质量、城市噪音、景观水域水质等问题已经成为制约北京市旅游业持续快速健康发展的重要因素。

(五) 市场秩序问题依然严峻

近年来,经过各部门的共同努力,北京旅游市场秩序不规范问题已有所缓解,但仍是影响北京旅游业发展的主要因素。旅游市场秩序主要有三个方面的问题:

一是旅游区(点)周边环境乱。一些郊区景点及周边地区购物、住宿场所秩序较乱,长期存在滥发“小广告”、强买强卖、“围追堵截”兜售商品、价格欺诈、欺客宰客等欺行霸市行为。

二是旅游市场长期存在非法经营现象。一些非法运营车辆利用正规旅行社和正规交通部门旅游交通服务缺位的空子,私拉游客到

有关景点进行“一日游”活动，车上的“导游”也没有导游证，在这种非法经营中侵害旅游者利益的事情时有发生。据2003年7月统计，目前北京巴士旅游公司接送的游客不及其他途径运送游客的十分之一，非法经营占有相当一部分市场。

三是服务标准化程度低。一些旅行社经营不规范，导游员私拿回扣、索要小费的现象屡禁不止。部分旅行社降低服务质量标准、擅自增减旅游项目、延误变更旅游行程等行为较为突出。

三、进一步优化北京旅游环境的措施

优化旅游环境是一项系统工程，需要旅游部门和其他各相关部门以及旅游企业紧密合作，需要采取一系列政策、措施和办法，系统地加以解决。

总的指导思想是：牢固树立全面、协调、可持续发展的科学发展观，积极推进政府职能转变，不断完善相关的法规、政策和旅游产业发展规划，提高市场监管的水平，优化旅游生态环境。减少对旅游企业的直接干预，逐步走上“以法治旅”、“科技助旅”和“市场兴旅”的轨道。近期，要下大气力着力解决影响旅游环境的突出问题。

（一）建立科学的评价体系，对旅游环境实施动态监测

将影响旅游环境的因素数量化、标准化，建立科学的评价体系，对推动政府科学决策和改进工作，促进旅游企业提高服务水平，实现旅游环境优化具有重要意义。

一是以旅游者的客观需求与实际工作相结合为原则，进一步完善旅游环境评价体系。评价指标设置要科学、合理，容易数量化，便于评价，增强可操作性，范围应涵盖游览环境、生活环境、社会环境、生态环境等方面，实行标准化设定指标，量化进行评估，既能体现旅游业的本质内容和旅游者的需求，又要细化到具体工作的各个环节，增强指导性。在评价方式上，应结合北京的具体情况，将旅游者评价和专家评价结合起来，提高评价的权威和科学性。

二是实施即时评价，对旅游环境实行动态监测。制定《北京旅游环境监测表》，该表制作应力求简洁，使被访问者可以在3-5分钟内做完评价，便于操作。在游客集中的景区或旅游服务中心放置《北京旅游环境监测表》，可以随时抽样进行调查。由旅游主管部门

每季度汇总，进行分析。对“五一”、“十一”黄金周等情况实施即时监测，及时反映存在的问题。

三是及时分析和公布测评结果，增强对工作的指导意义。每季度公布旅游环境测评结果，对涉及到的政府部门可根据测评结果进行排名。对反映好的单位予以奖励，对问题较多的单位予以批评，并限期整改。对游客反映较为突出的问题，应责成相关责任单位及时解决。

（二）坚持依法治旅，大力治理整顿旅游市场

旅游市场秩序是旅游环境的重要内容，要解决旅游市场存在的问题，最根本的出路就是“依法治旅”，并将对旅游市场的监督和管理制度化，从而建立起长效工作机制，形成标本兼治的工作局面。

一是完善法规，坚持依法行政。根据《行政许可法》的有关精神，进一步完善有关的法律、法规。在继续贯彻《北京市旅游管理条例》的同时，旅游管理部门应对现有的有关旅游的法律法规进行梳理，法律缺失的应着手研究建立，有些过时的法规需要进行必要的调整，使旅游市场的各项整治工作能够做到有法可依。

二是严格执法、建立长效工作机制。旅游市场中存在的顽症之所以长期得不到解决的重要原因之一是执法不严，有关的法律、法规的效力没有得到充分的发挥。要做到严格执法必须要加强制度建设，制度问题带有根本性、全局性、稳定性和长期性。在继续坚持工商、公安、交通和旅游部门联合执法、综合治理的同时，依据有关法律、法规的规定和执法的需要，按照“以属地管理为主、市区两级协调”的原则，建立相应的工作制度，形成各司其责与齐抓共管相结合的长效工作机制。

三是强化社会、新闻监督，建立全方位的监督机制。聘请人大代表、政协委员、旅游企业人员和普通市民作为特约监督员，对旅游企业服务质量进行监督；开通包括投诉热线、电子邮箱等多种形式的信息反馈渠道，广泛收集游客对旅游工作的意见；在北京主要新闻媒体建立专栏，对违规违纪、服务质量低劣、环境秩序差、游客投诉多的旅游企业和导游员予以曝光，并大力宣传遵规守纪的旅游企业和文明导游员。

四是积极发展旅游行业协会，提高市场化程度和旅游服务的标准化水平。在政府职能转变的过程中应积极推动旅游行业协会的建设，通过加强行业自律，规范旅游市场主体的经营行为。比如，可以借鉴发达国家的成功经验，建立国际化的批发、零售的旅行社分工体系，让大中小旅行社各司其职，各有各的市场，从根本上消除恶性竞争、低价竞争的问题。比如，行业协会可以制定旅游交通市场的准入标准，在此基础上允许个体、集体和其他各种资本进入旅游交通市场，把闲散的旅游车辆变成正规的旅游交通运营车；对从事旅游经营的司机和导游人员进行严格培训，实行规范化管理。

（三）研究制定专项规划，提高旅游交通组织水平

交通是旅游的重要环节，交通组织能力是衡量一个城市旅游环境优劣的重要标准。特别是在城市交通问题较为突出的情况下，科学规划旅游交通线路，规范旅游交通市场，提高旅游交通服务水平显得尤为重要。

一是研究制定旅游交通规划，对全市的旅游交通组织给予科学的指导。组织力量，对北京旅游资源分布情况进行研究，根据旅游业的内在规律和北京的交通状况，制定旅游交通规划，提出各种类型的旅游线路规划，为游客和旅游企业提供指导。比如，可以根据旅游景点和交通路线的分布情况，规划多条“一日游”、“两日游”的线路，供游客选择。

二是加紧建设旅游集散中心，为来京游客提供便捷高效的服务。学习和借鉴外地成熟经验，在市内、区县主要旅游集散地建立规模适当、功能齐全的旅游集散中心，开辟多条串联市区著名景点的旅游线路，并提供旅游信息咨询、金融商务等全方位服务。集散中心将由售票厅、候车厅和停车场构成，实行企业化运营。集散中心的运营车辆，通过招标，可吸引多家大型旅游企业参与运营。集散中心将实行标准化管理和形象识别管理，每辆车上都要有经过培训、考核后持证上岗的导游员。集散中心建设运营可以采用 BOT（建设-运营-移交）等手段吸引各类资本进入，通过公开招标的方式引进有先进管理经验和服务水平的旅游企业经营，以提高旅游服务水平和减少政府财政压力。

(四) 优化旅游生态环境, 促进旅游业可持续发展

生态环境是旅游环境的最基本要素, 保护环境和节约资源是旅游业的命脉。要把改善旅游生态环境和促进资源节约放在旅游业发展的重要位置, 必须坚持政府主导, 规划先行, 管理跟进, 各方配合, 旅游者自律的方针。

一是严格项目审批, 防止对生态环境的破坏。旅游行业标准中强化生态环境保护指标, 旅游主管部门和旅游企业应对各类新项目进行严谨的评估, 综合考虑经济、社会两方面效益, 特别重视生态环境的保护。

二是加强监督、检查, 加大查处力度。根据行业标准对旅游企业、旅游景点进行严格检查, 依法严格管理。

三是加强宣传, 提高旅游者的环保意识和节约意识。旅游主管部门应把环保宣传作为重要的工作内容纳入工作计划; 加强对导游员的知识培训, 使每一位导游员成为环境保护和节约资源的宣传员和监督员。

(五) 加强信息体系建设, 提高旅游服务水平

随着科学技术的飞速发展, 各个行业越来越倚重信息服务的支撑, 高水平的信息服务体系已经成为旅游环境不可或缺的重要基础, 是旅游业参与国际竞争的基本手段。

一是充分发掘潜力, 完善已有的信息服务体系。进一步完善北京旅游信息咨询网, 使之成为关于首都旅游的权威性咨询网站。继续规范和不断增设旅游咨询服务站, 充实内容、完善功能、合理布局, 让中外游客享受最便捷和最充分的服务。

二是大力发展旅游电子商务, 提高旅游业的整体水平。在旅游环境测评和宾馆、饭店、旅行社的评级中突出电子商务的指标, 强化对旅游电子商务建设的引导作用, 使旅游业成为北京率先普及电子商务的行业, 大型旅游企业成为率先普及电子商务的企业。

三是鼓励开展旅游金融配套服务, 积极支持旅游与金融的结合。鼓励商业银行广泛开展旅游信贷和保险业务, 利用银行网点分布广的优势推销旅游产品。有条件的银行可与旅行社、旅游公司合作, 选择适当旅游线路, 双方签订包销协议, 由银行直接包销旅行社、